

Richtlijnen voor getuigenissen over de producten van Nu Skin



OVERZICHT

Kwaliteitsvolle getuigenissen kunnen een positieve impact hebben op potentiële klanten of verkoopleiders.

Als distributeur vertegenwoordigt u Nu Skin. Getuigenissen dienen dus waarheidsgetrouw en niet-misleidend te zijn en moeten in overeenstemming zijn met het imago en de merkwaarden van Nu Skin. Getuigenissen moeten belangrijke feiten meedelen die van belang zijn voor de klant om een aankoopbeslissing te nemen.

OM ZEKER TE ZIJN DAT UW GETUIGENISSEN VOLDOEN AAN ONZE MONDIALE MARKETINGNORMEN VOORDAT U ZE GEBRUIKT, VOLGT U DE RICHTLIJNEN HIERONDER EN ONZE GEDETAILEERDE BELEIDSREGELS EN PROCEDURES. GEBRUIK ALLEEN GETUIGENISSEN DIE AAN DEZE RICHTLIJNEN VOLDOEN.

INHOUD

1 BASISPRINCIPES BIJ
HET OVERBRENGEN
VAN EEN
BOODSCHAP

2 WETTELIJKE NORM
VOOR MARKETING

3 GESCHREVEN
GETUIGENISSEN OVER
DE PRODUCTEN VAN
NU SKIN

4 VOOR- EN NA-
FOTO'S

5 VIDEO-
GETUIGENISSEN

6 SAMENVATTING
VAN DE
RICHTLIJNEN

Basisprincipes bij het overbrengen van een boodschap

MENSEN KUNNEN TEGENWOORDIG ERG SCEPTISCH ZIJN OVER PRODUCTVERKLARINGEN, VERKLARINGEN OVER DE NU SKIN-OPPORTUNITEIT, DE SECTOR VAN DE DIRECTE VERKOOP IN HET ALGEMEEN EN HUN SLAAGKANSEN MET DIT BEDRIJFSMODEL.

HOUD HUN GEZICHTSPUNT IN GEDACHTEN WANNEER U MET HEN PRAAT.

WANT VAAK
DENKEN ZE ...

“Dit is te mooi om
waar te zijn”

“Ik heb te weinig
informatie”

“Dit is te veel in één keer”

LET ER DUS STEEDS
OP DAT U ...

REALISTISCH BLIJFT
Wees oprecht en
overdrijf niet



**UW BEWERINGEN
HARD KUNT MAKEN**
Geef details om twijfels
weg te nemen



**HEN
GERUSTSTELT**
Kom hen tegemoet
waar ze vandaag staan



De mondiale wettelijke norm van Nu Skin voor marketingverklaringen

WE VERBINDEN ONS TOT DE HOOGSTE NORMEN VAN ETHISCH EN EERLIJK GEDRAG, MET INBEGRIIP VAN DE VERKLARINGEN DIE WE DOEN OVER ONZE PRODUCTEN EN ZAKELIJKE MOGELIJKHEDEN.

HET GEBRUIK VAN UITSLUITEND GOEDGEKEURDE VERKLARINGEN IS ESSENTIEEL OM ONZE REPUTATIE IN STAND TE HOUDEN EN EEN GEZOND EN GROEIEND BEDRIJF TE BEVORDEREN. •

1

WEES EERLIJK

Verklaringen moeten waarheidsgetrouw en niet-misleidend zijn.

2

VOLG DE PRODUCTVERKLARINGEN VAN HET BEDRIJF

Alle verklaringen moeten in overeenstemming zijn met de geldende Product Informatie Pagina van Nu Skin en met de marketing- en opleidingsrichtlijnen met betrekking tot het product.

3

DE WAARHEID IS NIET ALTIJD GENOEG. WAT ALS DE VERKLARING WAAR IS, MAAR ATYPISCH OF NIET GOEDGEKEURD DOOR HET BEDRIJF IS?

Ook al is het de waarheid, een persoonlijke getuigenis, productervaring of verklaring is niet toegestaan wanneer die niet overeenstemt met het geldende marketingmateriaal van Nu Skin.*

* WAAROM?

Al onze producten hebben klinisch bewezen voordelen en wettelijke voorschriften die geoorloofde verklaringen regelen. Deze voorschriften beperken verklaringen tot verklaringen die in overeenstemming zijn met onze staving EN die de meeste klanten ervaren.



Geschreven getuigenissen over de producten van Nu Skin

PRODUCTGETUIGENISSEN MOGEN NIET VERKLAREN DAT EEN PRODUCT EEN ZIEKTE OF MEDISCHE AANDOENING ZAL BEHANDELEN, GENEZEN OF VOORKOMEN OF DAT HET PRODUCT UW EIGEN AANDOENING GENEZEN HEEFT, OOK AL IS DAT DE WAARHEID.* PRODUCTGETUIGENISSEN MOETEN GERICHT ZIJN OP DE PRODUCTVOORDELEN, GOEDGEKEURDE VERKLARINGEN EN GEMIDDELDE RESULTATEN EN MOETEN VOLDOEN AAN DEZE RICHTLIJNEN:

* WAAROM?

NU SKIN VOERT WETENSCHAPPELIJK KLINISCH ONDERZOEK UIT OM ONZE PRODUCTEN TE ONDERBOUWEN. IN EEN GEREGULEERDE SECTOR IS HET BELANGRIJK OM ALLEEN VERKLARINGEN TE DOEN DIE WETTELIJK EN AANTOONBAAR ZIJN.

1 Moeten de naam van het product vermelden

2 Mogen alleen goedgekeurde productverklaringen vermelden

3 Moeten uw naam en markt vermelden

4 Moeten vermelden dat u een distributeur bent

PRODUCTGETUIGENIS DIE WAARHEIDSGETROUW IS EN DIE OVEREENSTEMT MET DE PRODUCTVERKLARINGEN VAN HET BEDRIJF



PRODUCTGETUIGENIS DIE MISSCHIEN WEL WAARHEIDSGETROUW IS MAAR DIE NIET OVEREENSTEMT MET DE PRODUCTVERKLARINGEN VAN HET BEDRIJF

DISTRIBUTOR This is the most amazing thing ever. For 20 years I have had back pain. After using R2 for 4-5 months, it's gone. For me, that is a miracle...I sleep better, wake up refreshed and ready to go! I've even started training for my first 5K, something my doctor told me I could forget about! Never say never ! Thank you Pharmanex, for this amazing product! I wish Facebook had a LOVE button !

Voor-En-Na-Foto's

VOOR-EN-NA-FOTO'S ZIJN KRACHTIGE TOOLS DIE OP VISUELE WIJZE DE POSITIEVE IMPACT EN DE DOELTREFFENDHEID VAN NU SKINS PRODUCTEN LATEN ZIEN DIE DE GEMIDDELDE CONSUMENT ZOU KUNNEN BEREIKEN. ECHTER, ZE WORDEN BESCHOUWD ALS 'VERKLARINGEN OVER PRODUCTPRESTATIES' EN MOETEN DAAROM ONZE INTERNATIONALE RICHTLIJNEN TEN AANZIEN VAN RECLAME EN MARKETING VOLGEN. DIT OM ERVOOR TE ZORGEN DAT DE FOTO'S ECHT ZIJN, NIET GEMANIPULEERD OF MISLEIDEND ZIJN.

1

Bij het maken van voor-en-na-foto's, is een consistente aanpak van essentieel belang. Hieronder vindt u enkele parameters waarmee u consistentie kunt garanderen:

- a) Licht
- b) Kleding
- c) Achtergrond
- d) Make-up (zo weinig mogelijk of zelfs geen)
- e) Helderheid en resolutie
- f) Lichaamspositie
- g) Pose
- h) Hoek van het gezicht
- i) Gezichtsuitdrukking

2

Op de foto's moeten de productvoordelen duidelijk zichtbaar zijn die de gemiddelde consument bij gebruik van het product kan bereiken.

GETUIGENIS OP BASIS VAN EEN GOEDGEKEURDE VERKLARING



GETUIGENIS OP BASIS VAN EEN ONGEPASTE VERKLARING VAN EEN ZIEKTE



Voor-En-Na-Foto's

3

De foto's mogen alleen wettelijk goedgekeurde productverklaringen bekrachtigen die van toepassing zijn op uw regio of markt (die verklaringen staan in de productinformatiepagina's op www.nuskin.com).

4

Uw kleding moet bescheiden en afgestemd zijn op het type product dat u onder de aandacht brengt. Overmatig suggestieve foto's of foto's die te veel huid onthullen, voldoen niet aan de internationale marketingnormen.

5

Uw foto's moeten origineel zijn en mogen niet geretoucheerd of gewijzigd zijn. Zorg ervoor dat u beschikt over een gedateerd bewijs dat de foto's echt zijn en niet zijn gemanipuleerd.

6

Zorg dat u de auteursrechtelijke toestemming gekregen hebt voordat u foto's gebruikt die niet van uzelf zijn, en gebruik geen merken van beroemdheden of van andere bedrijven zonder hun toestemming.

7

Kleine lettertjes en aanvullende teksten. Disclaimers mogen niet worden gebruikt als een 'carte blanche' om anderszins niet-toegestane activiteiten of toepassingen te vergoelijken. Als de advertentie inherent misleidend is, blijft deze zo, ongeacht een eventueel aanvullende disclaimer of tekst.

BEVAT ONGEEOORLOOFDE
PRODUCTVERKLARINGEN.



DE CONSISTENTIE IS VER TE ZOEKEN. HET LICHT, DE MAKE-UP EN DE HOEK ZIJN VERSCHILLEND.



Videogetuigenissen

VIDEOGETUIGENISSEN
MOETEN VOLDOEN
AAN DEZELFDE
VOORWAARDEN ALS DE
ANDERE GETUIGENISSEN,
ALSOOK AAN ENKELE
AANVULLENDE
RICHTLIJNEN:

- 1 Draag gepaste, professionele kleding (dresscode: business of business casual) die de merkwaaarden van Nu Skin uitdraagt.
- 2 Draag uw haar in een paardenstaart of kies voor een andere haarstijl waarbij uw haar niet voor uw gezicht hangt.
- 3 Draag make-up die past bij het merk Nu Skin (fris, kundig en gezond ogend, niet overdreven).
- 4 Gebruik voldoende verlichting.
- 5 Zorg dat u de auteursrechtelijke toestemming gekregen hebt voordat u video's gebruikt die niet van u zijn, en gebruik geen merken van beroemdheden of van andere bedrijven zonder hun toestemming.
- 6 Volg voor al uw video's de richtlijnen voor goedgekeurde productgetuigenissen.

VOORBEELDEN VAN GOEDGEKEURDE VIDEO'S



Samenvatting van de richtlijnen*

1 Wees altijd eerlijk en nooit misleidend.

2 Foto's en video's moeten overeenstemmen met de merkwaarden en het imago van Nu Skin: kundig, smaakvol, jeugdig en positief.

3 Zeg dat u een distributeur van Nu Skin bent.

4 Productgetuigenissen mogen alleen voordelen vermelden die in overeenstemming zijn met de door Nu Skin gestaafde en goedgekeurde productvoordelen.

5 Verwijs naar het marketingmateriaal en de Product Informatie Pagina's van Nu Skin als richtlijn voor productverklaringen.

6 Geef een realistische en correcte beschrijving van de doeltreffendheid en de voordelen van het product, die de meeste consumenten kunnen ervaren.

7 Productgetuigenissen mogen niet verklaren dat een product een ziekte of medische aandoening zal behandelen, genezen of voorkomen of dat het product uw eigen aandoening genezen heeft, ook al is het de waarheid.

8 Voor- en na-foto's moeten origineel zijn en mogen niet geretoucheerd of gewijzigd zijn en gebruiken dezelfde belichting, camerahoek en resolutie.

9 Foto's en video's mogen geen resultaten tonen die buitensporig, extreem of 'te mooi om waar te zijn' zijn, aangezien zij mogelijk niet gestaafd zijn of de ervaring van de gemiddelde consument niet weergeven.

10 Zorg dat u de auteursrechtelijke toestemming gekregen hebt voordat u video's gebruikt die niet van u zijn, en gebruik geen merken van beroemdheden of van andere bedrijven zonder hun toestemming.

* Deze richtlijnen zijn slechts een samenvatting. Voor meer details verwijzen we naar de Beleidsregels en Procedures van Nu Skin of raden we aan contact op te nemen met Nu Skin.

GOEDE VOORBEELDEN VAN GEPASTE GETUIGENISSEN DIE HET PRODUCT TONEN EN EEN CORRECTE VERKLARING VAN DE VOORDELEN VERMELDEN

"Als stewardess gebruikte ik vroeger tonnen make-up om er goed uit te zien. Ik was nooit tevreden met mijn huid, die alle tekenen van veroudering vertoonde. Sinds ik de ageLOC-producten gebruik, voelt mijn huid helemaal opgefrist aan en gebruik ik nog maar een beetje make-up. Ik zie er tien jaar jonger uit dan ik in werkelijkheid ben!"

"Sinds ik ageLOC R² neem, is elke dag een mooie dag. Het product geeft me veel energie en het lijkt wel alsof ik jonger leef. Ik geraak niet langer met moeite uit bed 's ochtends en ik voel me verkwikt en klaar voor een nieuwe dag!"

Monica B., Australië

